

圖書館經營管理講習班

課程摘要(上)

研究室

為擷取圖書館管理之新知，使館務配合時代需要而革新發展，本館特於九月三十日至十月四日，假市府公訓中心舉辦為期五天的「圖書館經營管理講習班」。五天的密集訓練，課程安排著重在理論與實務互相配合，有廖又生教授主講「公共圖書館之規劃與管理」、吳明德教授主講「館藏發展與館藏評鑑」、王振鵠教授主講「公共圖書館讀者服務」、范承源教授主講「圖書館行銷」以及本館電腦中心韓長澤主任主講「台北市立圖書館自動化規劃」。除了專業課程外，亦安排了黃國隆教授講演「領導與衝突管理」與彭駕辭校長講授「人際關係兩溝通技巧」等促進組織內部和諧之管理藝術課程，並且實地參觀台北縣立文化中心圖書館，觀摩其自動化實施情形。在課程結束後舉行座談會，與謝館長作面對面的館務檢討。

由於參訓名額有限，為求普及訓練成果，特請參與本次講習之學員，將各科課程內容予以摘要，分上、下兩期刊登於館訊，以饗未能共同參與之同仁。

館藏發展與館藏評鑑

講座：吳明德教授

摘要：採編組組員吳美清

一.館藏發展的定義

館藏發展係指圖書館有系統、有計畫地依據既定政策建立館藏，並且評鑑館藏，分析館藏強弱，探討讀者使用館藏情形，以確定能夠利用館內及館外資源來滿足讀者需求的一種過程。

二.社區分析

(一)意義：社區分析也稱為需求評估，或需求分析。是指圖書館對讀者及所在環境的分析，是圖書館瞭解其讀者及潛在讀者的一種工作。

(二)功用：1.協助圖書館設定服務的目的及優先順序。

2.協助圖書館建立適當的館藏。

3.協助圖書館設計特別的服務。

4.協助圖書館建立與其他機構的合作關係。

5.確立圖書館所扮演的教育角色。

6.協助圖書館建立良好的公共關係。

(三)資料蒐集的方法：1.查看現成文獻。例：電話簿。

2.問卷調查法。

3.訪問法。

4.觀察法。例：報紙、圖書排行榜。

(三)資料項目：1.社區的人口特質。

2.社區民眾的閱讀興趣。



- 3.社區的歷史、地理、交通、經濟。
- 4.社區內其他圖書館。
- 5.社區內其他資訊服務機構。
- 6.社區內其他提供資料借閱的場所
- 7.社區內的教育機構。

三.館藏發展政策

(一)定義：指形之於文字的明確敘述，它說明館藏的目的，館藏選擇與淘汰的原則，列舉館藏的範圍與深度，確定選書工作的職責，是館員建立館藏的日常工作指引，也是規劃館藏以及館際、館內的溝通工具。

- (二)功用：
- 1.提供圖書館自我檢討、反省的機會。
 - 2.保證館藏一致，均衡成長，避免受個人因素影響，使圖書館能更明智的建立館藏。
 - 3.確立館藏資料的比例什
 - 4.使圖書館抗拒外界對圖書館選書工作的不合理壓力。
 - 5.有助於圖書館館際合作，資源共享。

(三)包含項目：

- 1.圖書館的目的。
- 2.社區的描述。
- 3.館藏學科的範圍。
- 4.非書資料的館藏政策。
- 5.贈書處理。
- 6.爭議性資料的館藏政策。
- 7.選書工作的職責。
- 8.選書工具。
- 9.館藏淘汰。
- 10.與他館的合作計劃。
- 11.讀者意見的處理。

12.館藏發展政策的訂定與修訂。

四.圖書選擇

(一)基本原則：

- 1.符合圖書館的目的。
- 2.符合讀者的需求。
- 3.注意圖書的品質。
- 4.維持館藏的均衡。
- 5.建立與其他圖書館的合作關係。

(二)在讀者要求和圖書品質之衝突無法避免下，圖書館化衝突為有利之力法為：

- 1.訂定館藏發展政策，向讀者說明本館選書原則。
- 2.藉助圖書館利用指導以及其他推廣活動，吸引讀者利用館藏，培養或改進讀者的閱讀習慣。

(三)讀者推薦與圖書選擇

讀者推薦圖書的優點：

- 1.讀者為圖書館使用者，圖書館司藉此瞭解其需求。
- 2.可建立圖書館的公共關係。
- 3.可吸引潛在讀者利用圖書館。
- 4.可彌補館員選書的疏漏。

圖書館處理讀者推薦圖書的注意事項：

- 1.訂定館藏發展政策。
- 2.處理讀者推薦圖書應有固定流程，並公開讓讀者瞭解。
- 3.讀者的推薦，不論接受與否，都要予以回覆
- 4.要求讀者先查明館藏，再提出推薦單。
- 5.圖書館加速採編作業，同減少讀者推薦圖書的數量。

五.圖書採訪

(一)閱選訂購 (Approval Plan)

定義：圖書館擬訂圖書採購的範圍後與代理商



簽訂合約，代理商把合於條件的圖書，選送到圖書館，由圖書館選書者實地翻閱後，再決定是否購買。

優點：1.較能保證所選圖書為圖書館所需。

2.加速圖書選擇及採訪的時效。

3.圖書館選書時缺乏特殊學科 語言專家選擇之情形，可獲得解決。

缺點：1.將達書工作交由代理商執行，是不負責任的作法。

2.圖書館為避免退書作業煩瑣及增加成本，有時亦會收下不甚合宜的圖書，使閱達工作流於形式。

3.一份好的採購範圍書不易撰寫。

4.圖書館欲訂購複本時，需再外

5.圖書館會有是否該另行訂購的為難。

6.由於圖書常在書評出現前送圖書館，選書可能更困難、更花時間。

(三)指令統購 (Blanket Order)

定義：圖書館與出版社或代理商約定，將其一叢書、某一類型或某一學科的圖書提供給圖書館，圖書館通常沒有退書的權利。

優缺點：除了通常沒有退書的權利外，其優缺點大致與閱選訂購同。

六.館藏評鑑

(一)目的：1.協助館藏發展政策的修定。

2.作為館藏淘汰的依據。

3.作為圖書經費分配的依據。

4.作為圖書館參與館際合作計畫的依據。

5.作為圖書館被外界權威機構認可的依據。

(二)方法：對公共圖書館較適當者有：

1.量的評鑑

2.流通分析

3.館內使用調查

4.讀者意見調查

七.館藏淘汰

(一)定義：將罕用、不堪使用或不再被使用的館藏予以註銷或轉移至他處儲存的一項過程。

(二)目的：1.節省空間以容納新到館的圖書。

2.增加書庫美觀，提昇圖書的使用率

3.節省館藏的維護費用。

(三)範圍：1.以館藏評鑑的結果作為依據。

2.複本書。

3.過時圖書，尤其是科技類者。

4.舊版圖書、破損書。

八.結論

談論館藏發展政策，我們不能忽略下列客觀環境的改變：

1.資訊媒體的多元化一使圖書館面臨不熟悉的採訪、選擇，對圖書館是一種挑戰。

2.讀者可透過仲介機構獲得資訊一圖書館不再是社會中唯一的資訊提供者。而讀者為何不利用圖書館免費的資訊，卻願意花錢中資訊仲介者獲得，是值得圖書館深思留意的現象。

3.圖書經費增加一使館藏發展政策之擬訂，益加重要，也更需審慎進行。

* 參考資料：吳明德著。館藏發展。台北市：漢美，民80年。



參與和分享

圖書館行銷

講座：范承源教授

摘要：採編組組員王淑滿

目前圖書館的功能持續不斷的擴增，加上圖書資料的快速增加，讀者要求的多樣化，傳統的圖書館經營方式已無法應付當前的需要。因此，近年來企業界所使用的「行銷觀念」對於圖書館的管理與服務理念產生了極大的影響。

一.行銷的定義：

- (一)美國行銷學會指出，「行銷」是引導產品（服務）由生產者（圖書館）流向消費者（讀者）的一切有關活動。
- (二)美國管理學者 Philip Kotler 表示，行銷是透過交易過程以滿足人類需求與慾望的活動。
- (三)美國管理學著名學者 Peter F. Drucker 曾經指出，行銷的目的在使銷售成為多餘的事情。換言之，如果生產者能確實掌握消費者的需求，及時提供需要的產品，則其產品與服務無需經過促銷即可自然為消費者接受。

二、行銷概念與銷售概念的不同：

- (一)行銷概念的焦點集中在買方的需求上（亦即以顧客為導向，投其所好）|銷售概念的焦點則在賣方的需求上（追求利潤）。
- (二)行銷概念注重如何藉著產品及經由創造、運輸至最終消費等等相關事務，以滿足顧客的需求；銷售概念則注重如何將產品變成現金收入以滿足賣方的需求。

三.行銷的運作：

- (一)首先必須具備「精心設計的計劃」。
- (二)分析、規劃、執行與控制，使行銷成為一種

有效的管理方法

- (三)行銷追求「自願交換」的完成。雙方站在平等互惠的地位進行交換。
- (四)針對目標市場的特性予以「市場區隔」，才能掌握消費者不同的需要而提供適當的產品。固除了強調市場區隔外，也要有效的將「市場組合」，以控制行銷上所發生的各種變數。

四.圖書館行銷產生的原因（動機）：

- (一)社會型態的變遷。
- (二)為了達到印度圖書館學家阮加納桑所提出的「圖書館是一個成長的有機體」的目的。
- (三)在經費不足的壓力下，希望能突破採購及館藏發展等各方面所遭遇的困難。
- (四)公、私立圖書館競爭者及讀者等多重壓力。
- (五)經營方式不合時宜，且需受制於上級。

五.圖書館在行銷上應注意的事項及原則：

- (一)行銷環境、行銷制度、行銷活動與顧客分析的掌握。
- (二)市場研究與市場分析不可忽略，尤其目標市場的選定更為首要之務。
- (三)除了服務既有的消費者外，同時也必須極力的爭取與招徠潛在的消費者。
- (四)積極地確立「自願交換」原則，使圖書館能提供廣大讀者利用，而讀者也能在圖書館的協助下，達到求知的需求與欲望。
- (五)「大量行銷」或「無差異行銷」觀念的修正。此種觀念是假定消費者在需求相同的基礎上企圖以單一「標準產品」行銷整個市場，而不將市場加以區隔。在此情形下，一旦消費者改變了購買態度，那結果就適得其反。所以應將傳統觀念轉變為「差異行銷」或「集中行銷」，將市場目標加以區隔，以達到提



參與和分享

供適當資源給適當讀者的服務目標。

六.圖書館行銷上所遭遇的問題：

- (一)行銷與促銷在觀念上常模糊不清,使行銷應用於圖書館管理時,產生執行上的困難而有損圖書館的形象。
- (二)保守的圖書館從業人員,認為圖書館是儲存知識與文化的所在,必須有獨特的經營管理方式,不應接受商業原則的支配。
- (三)行銷觀念未獲得圖書館界的共識,僅及於名詞的了解,並仍以傳統的經營方法自居。且在台灣無前例可循,亦無經驗可供參考。
- (四)圖書館專業人員受傳統「專業主義」的強烈影響,重視專業地位與專業聲望,不會一味的迎合讀者而損其專業形象及服務水準。
- (五)圖書館所具備的條件不足以配合行銷的推動。如經費、人事與各種現有資源的不足,不但使行銷不能成功,甚至反而破壞原有的制度。
- (六)行銷目標是否成功,無法取得具體衡量

七.結論：

企業界與圖書館最終目的都在滿足服物對象的不同需求,因此行銷觀念應用在圖書館應有其可行之處。在執行時我們應先做下列的準備：

- (一)要有妥善的規劃。
- (二)要建立良好的公共關係。
- (三)要建立健全組織編制。
- (四)館員要多充實企業行銷方面的知識。
- (五)建立以讀者為導向的服務理念。

公共圖書館誼者服務

講座：王振鵠教授

摘要：採編組林組長義娥

國內常將圖書館區分為國家、公共、學術、中小學、專門五大類而國際標準組織 (ISO) 則將其區分為六大類,增加「非專門性圖書館 (Major Non-specialized Library)」,係指具相當規模的非專門性圖書館,如盲人圖書館、政府圖書館等。

國家圖書館因限制19歲以上民眾才可進入且直接服務對象為機關、議會、民意機構等,應為學術機構而非社教機構亦不具公共圖書館的性質。公共圖書館是所有類型中最重要,因為其影響層面大且要求全民服務,像市立圖書館的「0歲至終身的服務」即是。故其受到教育文化發達的先進國家重視。

一.服務理念與目標

理念：聯教組織宣示“公共圖書館為民主信念的具體表現,以推行繼續教育、終身教育,增長民眾知識文化,對全體國民提供配合時代發展之服務為目的。公共圖書館為民主國家民眾交換資訊和溝通觀念的場所。”

圖書館提供的服務是超越政治、種族及宗教等,民眾在圖書館中可自由閱讀、交換資訊和溝通意見,故是一民主信念的具體表現。又其不限於有形教育而且是無所不在、無時不在,因而能推行繼續教育、終身教育 (Life-long Education)。

目標：英國圖書館協會1971年提出：

a.教育 (Education)



推行繼續教育、成人教育

b.資訊 (Information)

積極主動傳佈資訊

C.文化 (Culture)

在社區推動地方文化的發展

d.休閒 (Recreation)

倡導正當休閒生活

二.服務原則

1.符合民眾需求

圖書館提供的讀物應為通俗、可讀性高者。但若一味依據民眾的需求，則與租書店何異？

2.兼顧讀者層次

以往圖書館蒐集資料係針對資料的價值，現為更符合民眾的需求，因而須考慮讀者性別、年齡、學歷、社會經驗背景等。

3.配合社區發展

基於社區差異，圖書館所蒐集之資料亦應有所不同。

4.遵行文教政策

圖書館為一教育機構，應與政府有關政策相配合。

5.結合社會資源

推廣圖書館教育活動須和社會資源結合，如各種文教基金會、民間社團等。

三.服務設施之配合

1.館藏

館藏虛實強弱與讀者是否滿意具有攸關性，圖書館的館藏應即時滿足讀者85%的要求。故應建立一充實而合用的館藏。

2.人員

館員的服務態度與素質。

3.場所

應提供舒適、愉快的閱讀場所。

4.設備

與讀者服務相關之設備，如放大鏡之提供

四.服務對象

公共圖書館服務對象可區分為以下六類：

1.成人服務

2.青少年服務

3.兒童服務

4.老年人服務

5.殘障及特殊讀者服務

6.團體服務

服務方式亦可區分為七類：

1.閱覽服務

即館內閱覽

2.流通服務

即館外閱覽，與閱覽服務實為一體。

3.諮詢服務

4.閱讀指導服務

5.圖書館利用指導服務

6.推廣服務及輔助性服務

7.資訊的傳播與交流

資訊的傳播可與大眾傳播結合，由靜態轉為動態，而交流則可藉館際合作達到。

「人際關係與溝通技巧」

講座：彭駕鏗校長

摘要：推廣組組員胡菊韻

一位中等身材、和藹可親的長者，透過他那徐徐溫和的語調使得長達三個小時的演說，竟令人不知不覺地責怪時間飛逝得太快，深有



參與和分享

意猶未盡之感！

在彭校長詼諧有趣的演講裏，令大家對自己平時的言行作了一番檢討，更對未來回到工作崗位上謀求新的自我調適有種學以致用的期許！

首先，他告訴我們；分析自我扮演的地位，如下圖：



由圖所示，可清楚地了解「我」正處於一個承上轉下以及平行的多面溝通橋樑地位。人與人之間的關係是複雜的，由於沒有任何兩個人是完全一樣的，因此對於任何一件事，每人都有他的看法、想法和做法，如何從衝突、矛盾、對立中去尋求一個解決的辦法便有賴「溝通的技巧」。

同時，由於彭校長尚擔任張老師專線的輔

導工作，因此，舉例台北市一年當中 58,700 個個案裏，有 80 % 均屬於人際關係的問題藉以說明。由此可見，它的嚴重性了。古有明訓：「誠意、正心、修身、齊家、治國、平天下」，「自愛愛人」，「自立立人，已達達人」、「嚴以待己，寬以待人」等等，均蘊含著教人隨時自我調適（調整自己的欲望，適應外在環境）的用意。亦唯有如此，才能期待著「明天會更好」的未來！

如何做好人際關係，有以下幾點原則：

- 一. 接納自己，開始自我肯定亦即尊重自己。
- 二. 熟用溝通技巧一
 1. 多設身處地為別人著想。
 2. 不要堅持己見，應擇善固執。
 3. 多聽、多看、少說。
 4. 多一分讚美，少一分批評。

俗話說的好：坐而言、不如起而行。為了享受工作的樂趣，建立良好的人際關係，就讓我們發出自重自信的信念，全力以赴，即知即行，相信已踏出成功的一大步了。

